

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas pasien di rumah Sakit, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Sebagian besar bauran pemasaran di rumah sakit ialah baik.
2. Loyalitas pasien di rumah sakit dinyatakan baik oleh tujuh jurnal
3. Bauran pemasaran memberikan pengaruh terhadap loyalitas pasien di rumah sakit namun tidak semua dari 7 elemen bauran pemasaran (*product, price, place, people, process, physical evidence, promotion*) memberikan pengaruh terhadap loyalitas pasien, hal ini tergantung dari kondisi internal maupun eksternal rumah sakit dan variabel bauran proses yang paling banyak berpengaruh.

5.2. Saran

Rumah sakit harus melakukan evaluasi secara berkelanjutan terhadap 7 elemen bauran pemasaran (*product, price, place, people, process, physical evidence, promotion*) agar dengan dilakukannya evaluasi, disertai komunikasi dan koordinasi yang baik diharapkan program-program pemasaran rumah sakit dapat berjalan dengan baik maupun efektif.